

ABSTRAK

Bintang Timur adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa *service* motor, berlokasi Di Bandung Timur tepatnya berada di Jl. Pelajar Pejuang No.108 A-B. Bengkel Bintang Timur berdiri pada bulan Oktober 2006, dengan konsep utama *Motorcycle Parts Shop & Accessories*. Bengkel Bintang Timur Motor tidak hanya memberikan jasa perbaikan untuk motor saja, tetapi menyediakan *spare part* dan *acesories* untuk berbagai macam jenis merk motor. Pada tahun 2009 sampai dengan tahun 2012 Bengkel Bintang Timur mengalami penurunan omzet penjualan sebesar Rp 26.762.400 dikarenakan munculnya bengkel motor lain sebagai pesaing.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipentingkan pelanggan Bintang Timur, mengetahui faktor-faktor apa saja yang dianggap tidak puas terhadap pelayanan Bintang Timur, mengetahui peringkat Bintang Timur dibandingkan dengan pesaingnya, mengetahui *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* yang sesuai dengan kondisi dari Bengkel Bintang Timur, dan usulan strategi bauran pemasaran apa yang perlu dilakukan oleh Bengkel Bintang Timur untuk dapat meningkatkan penjualan.

Variabel dalam penelitian ini menggunakan konsep STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) serta strategi bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Pengolahan data menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), *Correspondence Analysis* (CA), dan Uji Hipotesis Ketidakpuasan. Kuesioner pendahuluan ditujukan kepada 30 responden untuk mengetahui pesaing utama dari Bintang Timur Motor, sedangkan kuesioner penelitian ditujukan kepada 110 responden untuk mengetahui profil responden, tingkat kepentingan, tingkat kinerja, dan peringkat Bintang Timur dengan pesaingnya.

Berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan didapatkan pesaing utama Bintang Timur Motor adalah Mr. Montir dengan persentase sebesar 76,67%. Dari hasil *Correspondence Analysis* (CA) menunjukkan 19 variabel tertinggal, 14 variabel unggul, dan 5 variabel bersaing. Hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan 29 variabel yang berada di kuadran 2 yang dianggap penting namun kinerja masih dibawah rata-rata, 6 variabel di kuadran 1, dan 3 variabel di kuadran 3. Hasil dari Uji Hipotesis Ketidakpuasan adalah terdapat 17 variabel dari 38 variabel responden menganggap tidak puas. Target yang dituju adalah konsumen yang bertempat tinggal di Bandung Timur, berusia 26-45 tahun, bekerja sebagai pegawai swasta dan pegawai negeri yang merawat kinerja motornya secara rutin dengan mengutamakan kualitas. *Positioning* yang didapat adalah slogan “*Mudah, Cepat, dan Memuaskan disini tempatnya*”. Usulan perbaikan yang diberikan kepada Bengkel Bintang Timur diantaranya ongkos *service* yang bersaing, ketersediaan *spare part*, proses pembayaran yang cepat, pendaftaran *service* yang mudah, ketersediaan jasa antar jemput motor yang di *service*, kenyamanan ruang tunggu, variasi makanan dan minuman, ketersediaan ruang musholla dan kualitas *service* yang memuaskan, Usulan tersebut diberikan sebagai masukan untuk meningkatkan daya saing Bengkel Bintang Timur.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Pembatasan Masalah	1-3
1.4 Perumusan Masalah.....	1-4
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Barang dan Jasa.....	2-1
2.1.1 Pengertian Barang.....	2-1
2.1.2 Pengertian Jasa.....	2-1
2.1.3 Karakteristik Jasa	2-1
2.1.4 Klasifikasi Jasa.....	2-2
2.2 Pemasaran	2-4
2.2.1 Definisi Pemasaran	2-4
2.2.2 Unsur Taktik Pemasaran	2-5
2.2.3 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	2-5
2.3 Metode Penelitian	2-7
2.3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	2-7

2.4	Teknik Sampling.....	2-8
2.4.1	<i>Probability Sampling</i>	2-8
2.4.2	<i>Nonprobability Sampling</i>	2-9
2.4.3	Data Penelitian	2-10
2.5	Skala Pengukuran.....	2-11
2.6	Pengujian Validitas dan Reabilitas Instrumen	2-12
2.6.1	Pengujian Validitas Instrumen	2-12
2.6.2	Pengujian Reabilitas Instrumen	2-13
2.7	Penentuan Jumlah Sampel	2-14
2.8	<i>Segmentation Targeting and Positioning</i>	2-15
2.8.1	<i>Segmentation</i>	2-15
2.8.2	<i>Targeting</i>	2-18
2.8.3	<i>Positioning</i>	2-19
2.9	<i>Importance Performance Analysis</i>	2-21
2.10	<i>Correspondence Analysis</i>	2-24
2.11	Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	2-26

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian.....	3-1
3.2	Penelitian Pendahuluan.....	3-5
3.3	Identifikasi Masalah.....	3-5
3.4	Pembatasan Masalah.....	3-5
3.5	Perumusan Masalah	3-6
3.6	Tujuan Penelitian	3-7
3.7	Studi Pustaka.....	3-7
3.8	Penyusunan Variabel Penelitian.....	3-8
3.9	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.10	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.11	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.12	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-12
3.13	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-12

3.14	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian	3-13
3.15	Validitas Konstruk	3-14
3.16	Revisi Kuesioner	3-14
3.17	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-14
3.18	Pengujian Validitas	3-15
3.19	Pengujian Reliabilitas	3-15
3.20	Pengolahan Data Penelitian	3-16
3.20.1	Profil Responden	3-16
3.20.2	Uji Hipotesis Ketidakpuasan	3-16
3.20.3	Matriks <i>Importance and Performance Analysis</i>	3-17
3.20.4	Penentuan Peringkat Keunggulan.....	3-20
3.20.5	Tabel Prioritas Perbaikan.....	3-20
3.21	Analisis	3-22
3.22	Usulan	3-22
3.23	Kesimpulan dan Saran	3-22

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1	Sejarah Umum Perusahaan	4-1
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	4-2
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan.....	4-2
4.1.4	Deskripsi Tugas	4-3
4.2	Penelitian Pendahuluan	4-5
4.3	Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan	4-5
4.4	Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian	4-5
4.4.1	Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	4-7
4.4.2	Rangkuman Kuesioner Penelitian Bagian 2	4-10

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Penentuan Pesaing.....	5-1
5.2	Pengujian Validitas Konstruk.....	5-2

5.3	Pengujian Validitas & Reliabilitas	5-3
5.3.1	Tingkat Kinerja.....	5-3
5.3.2	Tingkat Kepentingan	5-6
5.4	Profil Responden	5-9
5.5	<i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-17
5.6	Pembuatan Matriks <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-23
5.7	Pengujian Hipotesis Ketidakpuasan	5-28
5.8	Analisis Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	5-32
5.8.1	Analisis Segmentasi Pasar	5-32
5.8.2	Analisis <i>Targeting</i>	5-34
5.8.3	Analisis <i>Positioning</i>	5-34
5.9	Analisis Gabungan <i>Correspondence Analysis (CA)</i> dan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> dan Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-36
5.10	Usulan.....	5-41
5.10.1	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 1.....	5-42
5.10.2	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 2.....	5-47
5.10.3	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 3.....	5-48
5.10.4	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 4.....	5-50
5.10.5	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 5.....	5-51
5.10.6	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 6.....	5-51
5.10.7	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 7.....	5-52
5.10.8	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 8.....	5-53
5.10.9	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 9.....	5-54
5.10.10	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 10.....	5-56
5.10.11	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 11.....	5-59
5.11	Usulan Berdasarkan 7P.....	5-60

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan..... 6-1
6.2 Saran..... 6-7

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Tabel Kisi-Kisi Kuesioner Penelitian.....	3-9
3.2	Variabel Penelitian	3-10
3.3	Posisi Kuadran <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	3-19
3.4	Penentuan Skala Prioritas Perbaikan Berdasarkan <i>Correspondence Analysis</i> (CA), <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA), dan Uji Hipotesis Ketidakpuasan	3-21
4.1	Bengkel Pesaing Bintang Timur Motor.....	4-5
4.2	Variabel Kuesioner Penelitian.....	4-6
4.3	Tempat Tinggal (Hasil Responden).....	4-7
4.4	Usia (Hasil Responden).....	4-7
4.5	Pekerjaan/Status (Hasil Responden).....	4-7
4.6	Uang Saku per Bulan (Hasil Responden).....	4-8
4.7	Penghasilan per Bulan (Hasil Responden)	4-8
4.8	Rutin Dalam Melakukan Service Motor (Hasil Responden).....	4-8
4.9	Kualitas Produk Spare Part yang Digunakan (Hasil Responden)	4-8
4.10	Kriteria Dalam Memilih Bengkel Motor (Hasil Responden)	4-9
4.11	Media Informasi Yang Digunakan (Hasil Responden)	4-9
4.12	Media Informasi Radio Yang Digunakan (Hasil Responden).....	4-9
4.13	Media Cetak Koran Yang Dibaca (Hasil Responden).....	4-9
4.14	Media Cetak Majalah Yang Dibaca (Hasil Responden).....	4-10
4.15	Kapan Melakukan Service Di Bintang Timur Motor	4-10
4.16	Data Tingkat Kepentingan.....	4-11
4.17	Data Tingkat Kinerja.....	4-12
4.18	Data Peringkat Bengkel.....	4-13
5.1	Hasil SPSS Pengujian Validitas Tingkat Kinerja.....	5-3
5.2	Hasil Perbandingan r Hitung dengan r Kritis	5-4
5.3	Hasil SPSS Pengujian Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-5
5.4	Hasil SPSS Pengujian Validitas Tingkat Kepentingan	5-6

5.5	Hasil Perbandingan r Hitung dengan r Kritis	5-7
5.6	Hasil SPSS Pengujian Reliabilitas Tingkat Kepentingan.....	5-8
5.7	Jumlah Responden Dalam Pemilihan Peringkat Tiap Variabel	5-18
5.8	Rangking Tiap Variabel	5-21
5.9	Keunggulan Bengkel Bintang Timur.....	5-22
5.10	Kelemahan Bengkel Bintang Timur	5-22
5.11	Variabel Bersaing Bengkel Bintang Timur & Mr. Montir	5-23
5.12	Rata-rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	5-24
5.13	Variabel Kuadran 1.....	5-26
5.14	Variabel Kuadran 2	5-27
5.15	Variabel Kuadran 3	5-27
5.16	Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-29
5.17	Variabel Dengan Keputusan Tolak H_0	5-30
5.18	Variabel Dengan Keputusan Terima H_0	5-30
5.19	Segmentasi Bengkel Bintang Timur	5-32
5.19	Segmentasi Bengkel Bintang Timur (Lanjutan)	5-33
5.20	Skala Prioritas Perbaikan	5-37
5.21	Rekap Usulan Berdasarkan 7P	5-60

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Omzet Penjualan Bintang Timur Motor.....	1-2
2.1	Teknik Sampling	2-8
2.2	Kuadran IPA	2-22
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian.....	3-1
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan).....	3-2
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan).....	3-3
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan).....	3-4
3.2	Matriks IPA	3-18
4.1	Struktur Organisasi Bintang Timur Motor	4-3
5.1	Grafik Pesaing Bintang Timur.....	5-1
5.2	Grafik Persentase Tempat Tinggal	5-9
5.3	Grafik Persentase Usia	5-9
5.4	Grafik Persentase Pekerjaan	5-10
5.5	Grafik Persentase Uang Saku per Bulan	5-11
5.6	Grafik Persentase Penghasilan per Bulan.....	5-11
5.7	Grafik Persentase Rutin Melakukan Service.....	5-12
5.8	Grafik Persentase Kualitas Produk Spare Part Yang Digunakan	5-13
5.9	Grafik Persentase Kriteria Dalam Memilih Bengkel Motor.....	5-13
5.10	Grafik Persentase Media Informasi Yang Digunakan.....	5-14
5.11	Grafik Persentase Media Informasi Radio Yang Digunakan	5-15
5.12	Grafik Persentase Media Cetak Koran Yang Dibaca	5-15
5.13	Grafik Persentase Media Cetak Majalah Otomotif Yang Dibaca	5-16
5.14	Grafik Persentase Melakukan Service Di Bintang Timur Motor	5-17
5.15	Grafik <i>Row Correspondence Analysis</i> (CA)	5-19
5.16	Grafik <i>Column Correspondence Analysis</i> (CA).....	5-19
5.17	Grafik <i>Row & Column Correspondence Analysis</i> (CA).....	5-20
5.18	Grafik IPA	5-25
5.19	Grafik Wilayah Kritis H_0	5-31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Form Hasil Seminar Proposal.....	L1-1
2	Form Hasil Seminar Isi.....	L2-1
3	Form Hasil Sidang.....	L3-1
4	Catatan Bimbingan Tugas Akhir	L4-1
5	Lembar Validitas Konstruksi.....	L5-1
6	Kuesioner Pendahuluan & Kuesioner Penelitian	L6-1
7	Data Mentah Hasil Kuesioner Penelitian	L7-1
8	Tabel r <i>Product Moment</i>	L8-1
9	Tabel Distribusi Normal.....	L9-1